

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG
DI OBJEK WISATA PANTAI PONDOK PERMAI KECAMATAN PANTAI
CERMIN KABUPATEN SERDANG BEDAGAI**

Yusuf Iskandar, Suhaila Husna Samosir

Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Alwashliyah Medan, Medan, Indonesia

suhailahusna1990@yahoo.co.id

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 3 November 2021 Direvisi: 15 November 2021 Disetujui: 18 November 2021	Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai pondok permai Kecamatan Pantai Cermei Kabupaten Serdang Bedagai. populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 11.291 pengunjung, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10%. Sampel dalam penelitian ini 12% dari seluruh total pengunjung Pantai Pondok Permai selama enam bulan yang berjumlah 100 orang. teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>Simple random sampling</i> , jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Instrumen pengambilan data menggunakan dokumentasi, angket dan pengamatan langsung kelapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut $Y = 1,622 + 0,963X$, yang artinya citra destinasi mempengaruhi keputusan berkunjung di objek wisata pantai pondok permai.
Kata Kunci: Citra Destinasi, Keputusan Berkunjung, Objek Wisata	

PENDAHULUAN

“Keputusan berkunjung adalah sebuah proses untuk mengambil keputusan yang diawali dengan pengenalan kebutuhan dan keinginan oleh konsumen, mendapatkan informasi, menilai dan membandingkan beberapa alternatif pembelian yang ada”. (Kotler dan Keller, 2016 : 23).

Wisata Pantai Cermin merupakan wisata yang mempunyai potensi alam yang sangat besar. Dimana Pantai Cermin mempunyai banyak pilihan untuk berkunjung ke Wisata Pantai, keanekaragaman ras masyarakatnya, serta seni dan budaya yang mana semua itu merupakan sumber daya yang dapat di manfaatkan sebagai modal besar untuk industri pariwisata. Pariwisata di Pantai Cermin mempunyai peran penting terhadap perkembangan perekonomian, Potensi wisata Pantai Cermin salah satunya terletak di Desa Kota Pari Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. Pantai Pondok Permai adalah salah satu wisata yang ada di Pantai Cermin yang cukup di kenal dengan daya tarik wisatanya terutama kuliner seafood dan Pondok Apungnya yang berada di tepian pantai.

Keputusan berkunjung terjadi dan dapat dipengaruhi dalam Pengambilan keputusan untuk melakukan perjalanan wisata sifatnya lebih kompleks dibandingkan untuk pengambilan keputusan untuk membeli barang mewah. Faktor vital yang menjadi dasar pengambilan keputusan wisatawan berkunjung adalah citra destinasi, produk wisata dan *word of mouth*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaiman produk, harga, citra destinasi, dan promosi dapat

mempengaruhi keputusan berkunjung ke Pantai Pondok Permai.

Adapun fenomena yang terjadi yang saya ambil dari beberapa pengunjung melalui wawancara pada saat prariset kepada pengunjung bahwa citra destinasi pada Wisata Pantai Pondok Permai daya tarik wisatawan untuk berkunjung menurun. Ini dijelaskan dalam beberapa data kunjungan yang saya dapat dari manajemen.

Tabel 1
Data Pengunjung Pantai Pondok Permai Pantai Cermin
Tahun 2020

No	Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Januari	1721
2	Februari	1972
3	Maret	1880
4	April	2134
5	Mei	1919
6	Juni	1665
7	Juli	1783
8	Agustus	2032
9	September	2241
10	Oktober	1792
11	November	2154
12	Desember	2293

Sumber: Manajer Pantai Pondok Permai

Dari hasil prariset, penulis mendapatkan data yang dapat dilihat dari tampilan Tabel 1 tampak bahwa pada tahun 2020 Januari data kunjungan mencapai 1721 wisatawan, kemudian pada bulan Februari sampai Juni data pengunjung naik turun. Hal ini disebabkan beberapa faktor yaitu semenjak pemerintah mengurangi aktivitas masyarakat pada awal tahun 2020. Sehingga menyebabkan wisata Pantai Pondok Permai tidak dirawat sehingga banyak sampah yang menyebabkan kurangnya minat pengunjung untuk singgah dan berwisata, maka hal tersebut sangat berdampak terhadap daya kunjung wisatawan ke Pantai Pondok Permai Pantai Cermin.

Turun naiknya angka kunjungan ke Wisata Pantai Pondok Permai ini didapat dari hasil prariset yang penulis lakukan. Hal lain yang menyebabkan turunnya daya kunjung wisatawan antara lain yaitu citra destinasi yang sudah berkurang dikalangan masyarakat. Seperti fasilitas didalam wisata tersebut sudah tidak terawat dengan baik, kurangnya menjaga kebersihan lingkungan wisata, mahalnya biaya masuk wisata tersebut jika dibandingkan tempat wisata lainnya, serta kreativitas dalam mentata tempat wisata tersebut yang mulai kurang terawat sehingga pengunjung lebih memilih tempat wisata yang lebih unik dan mempunyai seni pengolahan yang baik. (Data kunjungan 2020 Pantai Pondok Permai)

Dikutip Gusti Adi mengenai citra yaitu cara dimana sebuah produk atau merek didefinisikan di dalam benak pembelanja, sebagian oleh kualitas fungsionalnya dan sebagian lagi oleh atribut psikologisnya. Citra merupakan realitas yang diandalkan oleh konsumen sewaktu membuat pilihan, maka pengukuran citra merupakan alat

esensial untuk para analisis konsumen. Gusti Adijuga mendefinisikan citra sebagai gambaran secara umum atau persepsi yang dimiliki oleh masyarakat umum tentang suatu perusahaan, unit, atau produk. (Gusti Adi,2012:30).

Citra didefinisikan sebagai sejumlah keyakinan tentang sebuah produk atau merek. (Kotler dan Keller, 2016 : 30) Hermansyur & Aditi mendefinisikan citra sebagai seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara para pemasar. Citra sebagai keseluruhan persepsi dari suatu produk yang dibentuk dari informasi dan berbagai sumber, sepanjang waktu. (Hermansyur, 2017 : 32).

Berdasarkan konsep yang disajikan oleh Purbawisesa, penelitian ini diidentifikasi dengan (1) *Cognitive Image* (Citra Destinasi Kognitif), (2) *Unique Image* (Citra Destinasi yang Unik), (3) *Affective Image* (Citra Destinasi yang Efektif).

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Kunjungan wisata adalah istilah yang sering digunakan untuk orang yang berkunjung ke tempat wisata. (Novena, 2013:83). Menurut Damanik, Novena keputusan berkunjung diwakili oleh lima indikator yaitu (1) *Destination Area* (Tempat tujuan), (2) *Traveling Mode* (Tipe perjalanan), (3) *Time and Cost*, (4) *Travel Agent* (Agen Perjalanan), (5) *Service Source* (Sumber Jasa).

METODE

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap keputusan berkunjung di objek wisata pantai pondok permai Kecamatan Pantai Cermei Kabupaten Serdang Bedagai. populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 11.291 pengunjung, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10%. Sampel dalam penelitian ini 12% dari seluruh total pengunjung Pantai Pondok Permai selama enam bulan yang berjumlah 100 orang. teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple random sampling*, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Instrument pengambilan data menggunakan dokumentasi, angket dan pengamatan langsung kelapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian yang merupakan data yang valid dengan alat ukur yang digunakan dalam meneliti.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kusioner Variabel Citra Destinasi (X)

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 1	0,553	0,30	Valid
Item 2	0,479	0,30	Valid
Item 3	0,449	0,30	Valid
Item 4	0,482	0,30	Valid
Item 5	0,588	0,30	Valid
Item 6	0,481	0,30	Valid
Item 7	0,639	0,30	Valid

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 8	0,529	0,30	Valid
Item 9	0,662	0,30	Valid
Item 10	0,573	0,30	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2021

Dari tabel 2 diperoleh nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) tertinggi pada item 9 sebesar 0,662, dimana hasil analisis r_{hitung} 0,662 > r_{tabel} 0,30 dan nilai terendah pada item 3 sebesar 0,449, dimana akan diperoleh hasil r_{hitung} 0,449 > r_{tabel} 0,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian instrument berupa kuesioner ini adalah valid.

Tabel. 3
Hasil Validitas Kusioner Variabel Keputusan Berkunjung (Y)

Pernyataan	Corrected Item Total Correlation (r_{hitung})	r_{tabel}	Validitas
Item 1	0,562	0,30	Valid
Item 2	0,511	0,30	Valid
Item 3	0,456	0,30	Valid
Item 4	0,475	0,30	Valid
Item 5	0,607	0,30	Valid
Item 6	0,500	0,30	Valid
Item 7	0,653	0,30	Valid
Item 8	0,549	0,30	Valid
Item 9	0,626	0,30	Valid
Item 10	0,589	0,30	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Dari table 3 diperoleh nilai *Corrected Item Total Correlation* (r_{hitung}) tertinggi pada item 7 sebesar 0,653, dimana hasil analisis r_{hitung} 0,653 > r_{tabel} 0,30 dan nilai terendah pada item 3 sebesar 0,456, dimana akan diperoleh hasil r_{hitung} 0,456 > r_{tabel} 0,30. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian instrument berupa kuesioner ini adalah valid.

Uji reliabilitas Merupakan pengujian untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan terpercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Sehingga di dapat yaitu 0,6- 0,8. (Sugiyono, 2017:238).

Tabel. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbac's AlphaHitung	Keterangan
Citra Destinasi (X_1)	0,844	Reliabel
Keputusan Berkunjung (Y)	0,850	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa kedua instrument penelitian pada penelitian ini telah memenuhi unsur reliabel atau terpercaya, tingkat instrument penelitian sudah memadai karena mendekati 1 atau >60. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan bantuan program SPSS 20.0 for windows agar hasil yang diperoleh lebih terarah. Persamaan regresi linear Sederhana yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel. 5
Hasil Analisis Regresi Linear Seerhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.622	1.285		1.262	.210
Citra Destinasi	.963	.029	.957	32.820	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Persamaan diatas dapat dijelaskan yaitu konstanta (a) sebesar 1,622 menunjukkan bahwa kostan apabila nilai Citra Destinasi (Variabel X) = 0, maka nilai Keputusan Berkunjung (Variabel Y) tetap ada sebesar 1,622 satuan. Koefisien regresi Citra Detinasi (b). Koefisien regresi Citra Destinasi X adalah sebesar 0,963. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan variabel Citra Destinasi (X) sebesar 1 satuan maka, nilai variabel Keputusan Berkinjung (Y) akan meningkat sebesar 0,963. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin besat variabel Citra Destinasi objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai maka terhadap Keputusan Berkunjung akan semakin meningkat.

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian dengan Uji T, jika sig lebih kecil dari tarap 5 % maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan. Jika lebih besar, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel. 6
Hasil Uji t (Partial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.622	1.285		1.262	.210
Citra Destinasi	.963	.029	.957	32.820	.000

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

Diketahui bahwa variabel X yaitu Citra Destinasi memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Jika dilihat dengan membandingkan nilai t tabel, diketahui bahwa tingkat signifikan penelitian ini sebesar 5% (0,05), dengan jumlah df adalah sebesar 100 (n-k-1 atau 100-2-1), berdasarkan data tersebut dapat ditentukan besarnya t tabel adalah 1,66, dandiketahui bahwa variabel Citra Destinasi memiliki t

hitung sebesar 32,820, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $32,820 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai.

Tabel. 7
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957 ^a	.917	.916	.96106

Sumber : Hasil Penelitian, 2021

R menunjukkan korelasi sederhana, yaitu Citra Destinasi (X) terhadap Kepuasan Berkunjung (Y) adalah sebesar 95,7%, artinya hubungannya erat, semakin besar nilai R maka hubungannya semakin erat. R Square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,917 nilai 0,917 adalah hasil dari pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,957 \times 0,957 = 0,917$, artinya presentasi Citra Destinasi (X) dan Kepuasan Berkunjung (Y) sebesar 91,7 % sedangkan sisanya sebesar 8,3 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Digunakan untuk satu variabel independen, sedangkan variabel independen lebih dari satu sebaliknya menggunakan *adjusted R square*. *Adjusted R square* merupakan nilai R^2 yang disesuaikan sehingga gambarnya lebih mendekati mutu penjabaran model dalam populasi. Dari tabel diatas dapat dibaca bahwa *adjusted r square* (r^2) adalah 91,6 % dan sisanya 8,4 dijelaskan oleh faktor lain. *Standart error of the Estimated* adalah ukuran dari prediksi. *Standart error of the Estimated* juga bisa disebut standart deviasi. Dalam kasus ini nilainya sebesar 0,96106 %, semakin kecil standart deviasi berarti model semakin kecil.

Pembahasan

Citra didefinisikan sebagai sejumlah keyakinan tentang sebuah produk atau merek. (Kotler dan Keller, 2016 : 30) Hermansyur & Aditi mendefinisikan citra sebagai seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara para pemasar. Citra sebagai keseluruhan persepsi dari suatu produk yang dibentuk dari informasi dan berbagai sumber, sepanjang waktu. (Hermansyur, 2017 : 32).

Mengacu pada beberapa definisi mengenai citra di atas, dapat disimpulkan bahwa citra adalah suatu kesan yang dimiliki oleh konsumen maupun publik terhadap suatu produk, jasa, atau perusahaan sebagai suatu refleksi atas evaluasi pada produk, jasa, atau perusahaan yang bersangkutan.

Keputusan berkunjung merupakan proses dimana seorang pengunjung melakukan penilaian dan memilih satu alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan tertentu. Kunjungan wisata adalah istilah yang sering digunakan untuk orang yang berkunjung ke tempat wisata. (Novena, 2013:83).

Keputusan berkunjung pada konteks pariwisata didapat dari konsep keputusan pembelian konsumen. Konsumen harus melalui lima tahap proses pembelian sebuah produk. Namun hal ini tidak berlaku atas pembelian dengan keterlibatan yang rendah. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa

Keputusan berkunjung kembali adalah niat seseorang untuk berkunjung kembali ke suatu tempat wisata karena adanya rasa puas sehingga mempunyai niat untuk mengunjungi kembali tempat wisata tersebut. (Picard, 2014:55).

Dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Ratna Acyintya 2015 dengan judul Pengaruh Citra Destinasi, Fasilitas Wisata dan Experiential Marketing terhadap Loyalitas melalui Kepuasan (studi pada wisatawan domestik taman wisata candi borobudur), diperoleh hasil penelitian bahwa Citra destinasi, fasilitas wisata dan experiential marketing berpengaruh kepada kepuasan wisatawan dan citra destinasi, fasilitas wisata, experiential marketing dan kepuasan berpengaruh kepada loyalitas wisatawan. Hal itu juga sejalan dengan penelitian dilakukan setelah melakukan penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data diperoleh hasil bahwa Citra Destinasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pengunjung di objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Citra Destinasi Terhadap Keputusan Berkunjung di objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai. Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil regresi linear sederhana $Y = 1,622 + 0,963X$ diperoleh hasil sebagai berikut:
 - a) Konstanta (a)
Konstanta (a) sebesar 1,622 menunjukkan bahwa konstan apabila nilai Citra Destinasi (Variabel X) = 0, maka nilai Keputusan Berkunjung (Variabel Y) tetap ada sebesar 1,622 satuan.
 - b) Koefisien regresi Citra Destinasi (b)
Koefisien regresi Citra Destinasi X adalah sebesar 0,963. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan variabel Citra Destinasi (X) sebesar 1 satuan maka, nilai variabel Keputusan Berkunjung (Y) akan meningkat sebesar 0,963. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin besar variabel Citra Destinasi objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai maka terhadap Keputusan Berkunjung akan semakin meningkat.
2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel X yaitu Citra Destinasi memiliki taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung. Jika dilihat dengan membandingkan nilai t tabel, diketahui bahwa tingkat signifikan penelitian ini sebesar 5% (0,05), dengan jumlah df adalah sebesar 100 ($n-k-1$ atau $100-2-1$), berdasarkan data tersebut dapat ditentukan besarnya t tabel adalah 1,66, dan diketahui bahwa variabel Citra Destinasi memiliki t hitung sebesar 32,820, jika dibandingkan dengan t tabel maka hasilnya $32,820 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Destinasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Berkunjung di objek wisata Pantai Pondok Permai Kecamatan Pantai Cermin Kabupaten Serdang Bedagai.
3. Hasil uji R menunjukkan bahwa R Square (R^2) menunjukkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,917 nilai 0,917 adalah hasil dari pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu $0,957 \times 0,957 = 0,917$, artinya presentasi Citra Destinasi (X) dan

Kepuasan Berkunjung (Y) sebesar 91,7 % sedangkan sisanya sebesar 8,3 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini. Digunakan untuk satu variabel independen, sedangkan variabel independen lebih dari satu sebaliknya menggunakan *adjusted R square*.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Medan. Penerbit : PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Penerbit : CV. Alfabeta.
- Kotler, P, & Keller, K. L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Penerbit : Erlangga.
- Purbawisesa, Gusti Adi. 2014. *Citra Destinasi Wisata Daerah Istimewa Yogyakarta : Dalam Dersepsi Wisatawan Nusantara dan Penduduk Lokal*. Bandung. Penerbit : CV. Alfabeta.
- Hermansyur, H. M., & Aditi, B. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan*. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 3(32-43).
- Picard, Michel. (2014). *Bali Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Jakarta. Kepustakaan Populer Gramedia.
- Ginting, N., Rahman, N., & Nasution, A. 2016. *Identitas Tempat Pada Pariwisata Kabupaten Karo*. Medan: Magister Teknik Arsitektur fakultas Teknik Universitas Sumatera Utara.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Novena, K. V. 2013. *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Pariwisata*. Bandung. Penerbit : CV. Alfabeta.
- Nurlestari, A. 2016. *Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Niat Kunjungan Ulang Wisatawan dengan Kepuasan Wisatawan sebagai Variabel Intervening Pada Taman Safari Indonesia Cisarua Bogor*. *Jurnal Pariwisata*. Retrieved 10 15, 2017
- Lestari, L. 2016. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata Istana Maimun Medan*. *Pasundan University Journal*